



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
BISNIS ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
(STUDI KASUS PADA AKUN SHOPEE @YOU CARE.STUFF)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom) Universitas Nasional

GHINA TSAMARAH

203516516474

**FAKULTAS ILMU POLITIK DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JANUARI 2024**



NATIONAL UNIVERSITY

***IMPLEMENTATION OF MARKETING COMMUNICATION
STRATEGY IN ONLINE BUSINESS TO INCREASE SALES (A
CASE STUDY ON SHOPEE ACCOUNT @YOUCARE.STUFF)***

THESIS

Submitted as one to obtain a bachelor's degree in communication science (S.I.Kom)

National University

GHINA TSAMARAH

203516516474

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

COMMUNICATION SCIENCE

JANUARY 2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	: Ghina Tsamarah
NPM	: 203516516474
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran pada Bisnis Online untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Akun Shopee @YouCare.Stuff).
Diajukan Untuk	: Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 6 Maret 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing

Dr. Anita Rosana, B.A., M.A.

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ghina Tsamarah
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516474
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran pada
Bisnis Online untuk Meningkatkan Penjualan (Studi
Kasus pada Akun Shopee @YouCareStuff).

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, ... 27 Februari ... 20 24, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, ... 6 Maret ... 20 24

Ketua Sidang : Djedjur Luciana R., S.Sos., M.Si

Penguji I : Nursatyo, S.Sos., M.Si

Penguji II : Dr. Anita Rosana, S.A., M.A

Keterangan:

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

BIODATA ALUMNI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama Mahasiswa : Ghina Tsamarah
No. Pokok : 203516516474
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 19 Desember 1998
Alamat Rumah : Taman Cibinong Asri RT 009 RW 019,
Karadenan, Bogor, Jawa Barat. 16913.
Telepon Rumah : -
Telepon Kantor : -
HP : 085174284636
Alamat Kantor :
E-mail : ghinatsamaraa@gmail.com

UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, 05 Maret 2024
Alumni,

Ghina Tsamarah

PERSETUJUAN JUDUL YANG DIREVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Ghina Tsamarah
NPM : 203516516474
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 27 Februari 2024


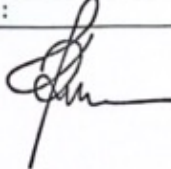

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA BISNIS ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS PADA AKAUN SHOPEE @ YOU CARE . STUFF)

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

IMPLEMENTATION OF MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN ONLINE BUSINESS TO INCREASE SALES (A CASE STUDY ON SHOPEE ACCOUNT @ YOU CARE . STUFF)

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 6 Maret 2024	TGL:	TGL: 6 Maret 2024
		
Dr. Anita Rosana, B.A., MA	Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si	Ghina Tsamarah

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ghina Tsamarah
NPM : 203516516474
Judul : Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Bisnis Online
untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Akun Shopee
@YOUCARE.STUFF).

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 31 Januari 2023

Yang Membuat Pernyataan



MATR
TEMAN
41ALX072831035

Ghina Tsamarah

ABSTRAK

Nama : Ghina Tsamarah
Program Studi : Communication Science
Judul : Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Bisnis Online untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Akun Shopee @YOUCARE.STUFF).
Pembimbing : Dr. Anita Rosana, B.A., M.A.

Era digital telah mengubah paradigma ekonomi global melalui bisnis online, seperti Shopee, yang menawarkan kemungkinan tak terbatas bagi pengusaha global. Keberhasilan Shopee sebagai pemimpin e-commerce tercermin dalam layanannya yang memadai. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif untuk memahami makna sosial dan manusiawi terkait fenomena ini. Bisnis online @YouCare menggunakan bauran pemasaran "7P" untuk strategi komunikasi pemasaran. Analisis produk, manajemen harga, tempat distribusi, promosi, orang (pemilik bisnis), proses transaksi, dan bukti fisik mendukung pertumbuhan @YouCare. Strategi harga responsif dan distribusi efisien melalui Shopee mengoptimalkan operasional. Pemilik bisnis dan distributor bahan baku berperan penting dalam keberhasilan bisnis ini. Wawancara, observasi, dan analisis mendalam menunjukkan kesadaran @YouCare terhadap pasar digital. Inovasi Shopee, seperti fitur chat penjual, Live Shopee, dan Shopee Video, menciptakan keterlibatan konsumen yang lebih dalam. Meskipun tantangan persaingan ketat dan risiko praktik tidak etis di Shopee, pengelolaan efisien dan fondasi yang kuat memberikan dasar pertumbuhan yang signifikan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Bisnis Online, Shopee, @YouCare.Stuff.

ABSTRACT

Name : Ghina Tsamarah
Study Program : Communication Science
Title : Implementation of Marketing Communication Strategy
in Online Business to Increase Sales (A Case Study on
Shopee Account @YOUCARE.STUFF).
Counsellor : Dr. Anita Rosana, B.A., M.A.

The digital era has transformed the global economic paradigm through online businesses, such as Shopee, offering unlimited possibilities for global entrepreneurs. Shopee's success as an e-commerce leader is reflected in its adequate services. This research adopts a qualitative approach to understand the social and human meanings related to this phenomenon. The online business @YouCare utilizes the "7P" marketing mix for marketing communication strategies. Product analysis, price management, distribution channels, promotion, people (business owners), transaction processes, and physical evidence support the growth of @YouCare. Responsive pricing strategies and efficient distribution through Shopee optimize operations. Business owners and raw material distributors play a crucial role in the success of this business. Interviews, observations, and in-depth analysis demonstrate @YouCare's awareness of the digital market. Shopee's innovations, such as seller chat features, Live Shopee, and Shopee Video, create deeper consumer engagement. Despite challenges of intense competition and unethical practices on Shopee, efficient management and a strong foundation provide a significant growth platform.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Online Business, Shopee, @YouCare.Stuff.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah, karena dengan rahmat dan lindungan-Nya pada akhirnya penulisan skripsi yang berjudul PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA BISNIS ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS PADA AKUN SHOPEE @YOUCARE.STUFF) ini dapat diselesaikan. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta.

Saya sadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai dengan selesainya Skripsi ini tidaklah mudah. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bidang Akademik Universitas Nasional.
4. Angga Sulaiman, S.IP., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bidang Akademik Universitas Nasional.
5. Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional sekaligus sebagai Ketua Sidang skripsi saya, saya ucapkan terima kasih.
6. Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus sebagai Penguji 1 sidang skripsi, saya ucapkan terima kasih atas saran dan arahnya yang membantu saya dalam ujian sidang skripsi.
7. Dr. Anita Rosana, B.A., M.A. selaku Dosen Pembimbing skripsi saya, saya sangat berterima kasih kepada beliau karena telah meluangkan

banyak waktu, tenaga, pikiran, dan kesabarannya untuk mengarahkan dan membimbing saya dalam penyusunan skripsi dengan baik.

8. Cyntia Dewi Anggraini, S.Ikom., M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih atas tujuh semester untuk selalu memberikan arahannya tentang akademik perkuliahan.
9. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan segala ilmu pengetahuan yang sangat berharga kepada Peneliti, dan juga tidak lupa kepada seluruh Staff dan Karyawan Sekretariat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu segala administrasi Peneliti dari awal masuk perkuliahan hingga akhir.
10. Terima kasih untuk *online shop @YouCare.Stuff* saudari Devira Maharani yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti dan terima kasih kepada informan-informan yang telah memberikan waktunya untuk penelitian ini.
11. Kepada Bapak Bustamar selaku ayah dan Ibu Mintartik selaku ibu peneliti. Terima kasih atas dukungan dan arahannya untuk peneliti dari segi moril maupun materil serta selalu mendoakan keberhasilan dan keselamatan selama peneliti menempuh pendidikan mulai dari SD hingga Sarjana.
12. Terima kasih kepada Shara Bustamar, Rhilva Bustamar, dan Rhaisa Suri, selaku kakak kandung peneliti yang telah memberikan dukungan kepada peneliti baik secara moril maupun materil sehingga peneliti dapat dimudahkan dalam proses pembuatan skripsi ini dengan bantuan mereka.
13. Teruntuk teman seperjuangan peneliti yakni Cesar, Nia, dan Firda. Terima kasih banyak karena telah saling memberi semangat, informasi, saling menguatkan dan saling mendoakan.
14. Teruntuk sahabat peneliti, Nabila, Nigie dan Rian. Terima kasih atas dukungan, perjuangan, doa, raga dan tenaga nya selama pengerjaan penelitian ini dari awal hingga akhir.

15. Peneliti juga ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada Anugrah Gilang selaku rekan peneliti karena sudah banyak membantu dan memberikan semangat kepada peneliti.

Akhir kata peneliti berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat yang cukup berarti bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan bagi kepentingan penelitian dan juga bagi almamater. Semoga ALLAH SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya selalu kepada kita semua. Dalam penulisan skripsi ini peneliti sadar bahwa masih banyak kekurangan sehingga masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak untuk menyusun skripsi ini sangat diharapkan.



Jakarta, 17 Oktober 2023

Ghina Tsamarah

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
BIODATA ALUMNI	v
PERSETUJUAN JUDUL YANG DIREVISI	vi
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	11
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	16

2.2.2	<i>Marketplace</i> Shopee.....	18
2.2.3	<i>Online Shop</i>	21
2.2.4	<i>Marketing Mix</i>	22
2.3	Kerangka Berpikir	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		26
3.1	Paradigma Penelitian	26
3.2	Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5	Teknik Analisis Data	30
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	32
3.7	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	33
3.7.1	Lokasi Penelitian.....	33
3.7.2	Jadwal Penelitian.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Gambaran Subjek Penelitian	35
4.1.1	Latar Belakang @YouCare.Stuff.....	35
4.1.2	Logo @YouCare.Stuff.....	36
4.1.3	Visi dan Misi Online Shop @YouCare.Stuff.....	37
4.1.4	Struktur Kepegawaian Online Shop @YouCare.Stuff.....	37
4.1.5	Lokasi Online Shop @YouCare.Stuff.....	38
4.1.6	Produk-Produk Online Shop @YouCare.Stuff.....	38
4.2	Profil Informan Penelitian	43
4.3	Hasil Penelitian.....	44
4.3.1	Strategi Komunikasi Pemasaran @YouCare.Stuff untuk Meningkatkan Penjualan.....	44
4.3.2	Faktor Pendukung dan Penghambat @YouCare.Stuff dalam Meningkatkan Penjualan di Platform Shopee.....	74

4.4	Pembahasan	77
4.3.2	Strategi Komunikasi Pemasaran @YouCare.Stuff untuk Meningkatkan Penjualan	77
4.4.2	Faktor Pendukung dan Penghambat @YouCare.Stuff dalam Meningkatkan Penjualan di Platform Shopee	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		91
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran	92
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN		96



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Marketplce Sepanjang Tahun 2020.....	3
Tabel 1.2 Kunjungan Marketplace Kuartal I dan II Tahun 2022.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Subjek Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan Penelitian	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Marketplace di Indonesia Tahun 2021	3
Gambar 1.2 Grafik Kunjungan Marketplace di Indonesia Kuartal IV 2022.....	5
Gambar 1.3 Grafik Kunjungan Marketplace di Indonesia Tahun 2023	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Logo @YouCare.Stuff.....	36
Gambar 4.2 Foto produk deodoran online shop @YouCare.Stuff.....	39
Gambar 4.3 Foto produk hand sanitizer online shop @YouCare.Stuff.....	40
Gambar 4.4 Foto produk botol refill online shop @YouCare.Stuff.....	41
Gambar 4.5 Foto produk parfum online shop @YouCare.Stuff.....	42
Gambar 4.6 Foto produk sabun pemutih online shop @YouCare.Stuff.....	42
Gambar 4.7 Tampilan akun Shopee @YouCare.Stuff.....	46
Gambar 4.8 Live Shopee @YouCare.Stuff.....	50
Gambar 4.9 Ulasan dan Penilaian Konsumen.....	53
Gambar 4.10 Shopee Video @YouCare.Stuff.....	55
Gambar 4.11 Feeds @Youcare.Stuff di Shopee	56
Gambar 4.12 Data Penjualan @YouCare.Stuff	59
Gambar 4.13 Tampilan Akun @KilaSkin.....	75
Gambar 4.14 Tampilan Akun @KytaOfficial.....	76